

Wanita dan Abad Baru Sensualisme Media

Idi Subandy Ibrahim

ABSTRAK

Wacana tentang wanita di era cyberspace tidak terlepas dari bahasa media yang merepresentasikan realitas wanita dalam kerangka yang telah diagendakan. Wacana ini merentang mulai dari diskusi seputar perpindahan dari “kekerasan domestik” ke “kekerasan simbolik” yang lekat dengan kehidupan wanita, seksualitas di ruang maya (cyberspace dan cyberporn), serta migrasi simbolik para artis sebagai wujud perburuan popularitas dalam kebudayaan pop. Wacana kekerasan simbolik menghadirkan pemajangan atau display tubuh wanita sebagai objek tontonan untuk memenuhi hasrat laki-laki, dan sebagai objek imajinasi serta fantasi seksual laki-laki. Ini terkait dengan wacana seksualitas di ruang maya yang menawarkan kebebasan tanpa batas untuk berpartisipasi dalam segala bentuk, sehingga terjadi pergeseran ke arah hypersexuality yang sulit diterima akal sehat karena sudah terlalu melebihi kondisi normal. Pada perburuan popularitas dalam kebudayaan pop, terdapat kecenderungan di antara para artis wanita untuk mengadakan semacam ‘migrasi simbolik’ — pergantian atau perpindahan simbol-simbol yang dikenakan seseorang untuk menjaga citra dirinya di mata orang lain. Dalam perspektif inilah perubahan tatanan simbolik dan budaya citra dikritisi sebagai sebuah siasat atau trik yang beroperasi di balik logika kapitalisme untuk bertahan dalam arus percepatan citra — dan bukannya suatu perwujudan dari pencerahan jiwa.

“Elemen utama budaya patriarkhal Barat adalah displai wanita sebagai tontonan untuk dilihat, ditujukan untuk tatapan khalayak (pria)
— Liesbet van Zoonen,
Feminist Media Studies, 1994, hlm. 87.

“Wanita sebagai ikon, didisplay untuk tatapan dan kenikmatan pria ...”
— Laura Mulvey,
“Visual Pleasure and Narrative Cinema”, 1975, hlm. 35.

Introduksi

Setiap kali diminta menjelaskan sosok wanita di balik kemilau kebudayaan pop, apalagi tentang eksploitasi wanita dalam/oleh media, saya selalu gelisah. Barangkali kegelisahan saya terlebih karena posisi saya sebagai seorang laki-laki yang

harus menyingkap tentang sosok makhluk seperti saya juga, dan yang hanya secara kebetulan (atau takdir) saja berbeda jenis kelaminnya dari saya.

Sekiranya saya ‘bukan laki-laki’, saya ragu apakah saya akan bersemangat seperti sekarang untuk berbicara tentang “wanita media” dan “media wanita”. Bahkan, sekiranya saya seorang wanita, saya menduga-duga bahwa saya akan kurang bersemangat berbicara tentang, katakanlah, dunia “laki-laki dan media”, dibandingkan saat saya mengungkap tentang dunia wanita dalam kedudukan saya seperti sekarang sebagai laki-laki, dan, tentu saja, dari sudut pandang laki-laki pula.

Ah, tapi sudahlah itu semua *toh* hanya sekiranya saja. Kegelisahan saya justru kian bertambah karena seakan-akan saya ini punya otoritas untuk berbicara tentang sebuah dunia

wanita yang menurut saya — sebagai laki-laki — tetap sangat *subtile* dan misterius.

Lantas, apa *sih* yang membuat seorang seakan-akan punya *privelese* untuk berbicara tentang sesuatu hal, apalagi hal itu benar-benar di luar jangkauan pintu pengertiannya? Meskipun memang semua orang berhak. Akan tetapi, saya yakin pada gilirannya wanitalah yang sesungguhnya lebih berhak dan saya harap memang seyogiannya lebih tahu banyak tentang dunianya, untuk berbicara secara empatik tentang dirinya, dan sekaligus meneriakkan secara lantang perjuangannya yang mungkin sekian lama diidamkan di dalam ruang publik yang didominasi oleh ideologi patriarki.

Dengan kesadaran sebagai laki-laki itu pulalah saya sadar bahwa saya tidak mungkin terhindar dari bias karena saya akan dipengaruhi oleh emosi-emosi dan harapan-harapan saya — ego saya sebagai laki-laki — yang bisa saja akan ‘menyinggung’ perasaan kewanitaan yang justru sekian lama saya kagumi. Paling tidak, kekaguman atas ketulusan seorang wanita yang telah melahirkan dan membesarkan saya di kampung sana dengan aliran mutiara kasihnya yang tanpa pamrih.

Ketika tulisan ini saya wujudkan, itu pun lebih banyak karena kepedulian dan minat saya terhadap kebudayaan pop yang memang lebih banyak merepresentasikan wanita di media dengan segala corak dan warnanya.

Barangkali tulisan ini juga lebih banyak merefleksikan kegelisahan saya sebagai laki-laki dalam mempersepsi dan menafsirkan dunia “wanita di balik media” dan sekaligus dunia “media di balik wanita”.

Invasi dalam Ruang Keluarga: dari “Kekerasan Domestik” ke “Kekerasan Simbolik”

Kita sudah sering mendengar kekerasan terhadap wanita (istri, anak, pramuwisma, TKW) yang dilakukan laki-laki (suami, majikan) dalam kehidupan rumah tangga (ranah domestik). Tidak jarang, kita mendengar suara para ibu atau wanita yang memelas karena diperlakukan semena-mena

oleh suami atau majikannya. Mereka tidak hanya harus menjadi “buruh” selama 24 jam dalam rumah tangga yang kehilangan cintanya, tapi mereka juga bahkan mengalami perlakuan kasar secara fisik, seperti pukulan, tamparan, dan lain-lain.

Kekerasan domestik (*domestic violence*) ini telah cukup lama menimpa sejumlah wanita. Hanya saja, si korban biasanya tidak berani melaporkan atau mengungkapkan deritanya. Apalagi tak jarang kekerasan ini dikukuhkan dengan adat atau kultur yang menjadikan wanita sebagai *sub-human*, setengah manusia.

Di ruang publik (*public sphere*), kekerasan fisik dan psikologis terhadap wanita juga masih mewarnai kehidupan karena relasi gender yang timpang. Kekerasan ini, misalnya, tampak dalam bentuk pelecehan, perkosaan, penodaan terhadap wanita bahkan di tempat-tempat umum yang terbuka.

Namun, kekerasan fisik (*physical violence*) di dalam rumah tangga kini tampak telah diperkukuh lagi dengan kekerasan simbolik (*symbolic violence*) di ruang publik. Kekerasan simbolik menemukan tempatnya yang paling subur dalam media, sebab media memungkinkan terjadinya berbagai corak kekerasan “tak tampak tapi terasa” (seperti distorsi, pelencengan, pemalsuan, *plesetan*).

Kini, kita bisa menemukan corak kekerasan simbolik yang muncul dalam bentuk penggunaan bahasa dan foto atau gambar yang muncul di media (baik cetak maupun elektronik) yang memosisikan wanita dalam stereotip *body and beauty, not brain*. Tak jarang kita menemukan dalam media massa cetak dan elektronik bahasa atau gambar yang secara ideologis mengandung makna yang merendahkan, menghakimi, dan bahkan menghina (wanita). Bukan mustahil, seorang bajingan yang jelas-jelas telah “memperkosa” wanita (yang dianggap terlalu merangsang dan menggigit), diberitakan di media sebagai “menggagahi”. Bagaimana mungkin kejahatan dikatakan kegagahan, dan kejahatan dibilang keperkasaan atau kejantanan? Di sini jelas bahasa telah terdistorsi dan termanipulasi. Bahasa-bahasa yang merendahkan derajat kewanitaan juga begitu sering kita temukan dalam pemberitaan mengenai

korban pembunuhan yang disertai perkosaan. Pasti yang akan ditonjolkan media adalah bagian-bagian tubuh wanita secara detail, seakan-akan tubuh korban sebagai “barang seni” yang harus dideskripsikan atau disorot tanpa rasa empati terhadap saudara korban atau wanita lain.

Selain itu, yang juga sering dilupakan adalah kekerasan simbolik yang berdampak psikologis terhadap wanita dalam bentuk penggunaan kata-kata kasar dan hardikan yang bisa kita temukan dalam berbagai kesempatan.

Dalam studi komunikasi politik, bahasa dianggap sebagai senjata yang ampuh dalam percaturan politik tingkat tinggi. Bahasa adalah kekuatan dalam perang dan damai. Ia menjadi ajang pergulatan cinta dan dusta. Ia menjadi ranah pertentangan, trik, dan intrik. Bahasa adalah pemicu sekaligus penengah, penjara sekaligus jalan tengah, racun sekaligus obat, demikianlah kalau bahasa dimaknai dalam pengertian ideologis seperti diuraikan Terry Eagleton dalam *What is Ideology* (1991).

Dalam konteks itulah, kita bisa membongkar berbagai bahasa di media yang menampilkan wanita dalam cermin dan citra yang tak jarang telah terdistorsi. Pada gilirannya, bahasa (dalam corak huruf dan gambar) telah ikut mengonstruksi perempuan dalam posisi sebagai “warganegara kelas dua” (*the second class citizen*) kalau kita menggunakan istilah Haig A. Bosmajian dalam *The Language of Oppression* (1983), sehingga wanita benar-benar menjadi *the second sex*, meminjam istilah yang digunakan Simone de Beauvoir.

Namun, ada lagi corak kekerasan lain yang lebih halus (*subtile*), yakni kekerasan simbolik dalam bentuk pemajangan atau displai tubuh wanita sebagai objek tontonan untuk memenuhi hasrat laki-laki dan sebagai objek imajinasi serta fantasi seksual laki-laki, atau apa yang disebut Laura Mulvey dalam artikelnya yang cukup terkenal “Visual Pleasure and Narrative Cinema” (1974) — sebagai objek “tatapan dan kenikmatan pria” atau sebagai objek *sensual pleasure* laki-laki.

Hingga kini pengaruh tertentu pendekatan Mulvey ini telah berkembang dalam studi televisi, periklanan, dan bentuk-bentuk lain “budaya vi-

sual” (*visual culture*) (Moore, 1990). Tulisan Mulvey juga telah menjadi pijakan yang baik untuk mengeksplorasi konstruksi media terhadap wanita sebagai tontonan, gender dari tatapan, dan kesenangan mengintip atau plesir ‘voyeuristik’ (*voyeuristic pleasure*) bagian-bagian tertentu tubuh wanita.

Film-film Hollywood, misalnya, punya tradisi yang sudah sangat lama mengonstruksi wanita sebagai tontonan untuk plesir voyeuristik ini. Tak heran, karena semua itu hanya mencerminkan bagaimana budaya patriarkhal Barat menempatkan wanita dalam media. Sebagaimana pernah dipaparkan Liesbet van Zoonen dalam karyanya yang sudah menjadi klasik, *Feminist Media Studies* (1994), “Elemen utama budaya patriarkhal Barat adalah displai wanita sebagai tontonan untuk dilihat, ditunjukkan untuk tatapan khalayak (pria).”

Barangkali, tak heran kalau “wanita media”, yakni para wanita yang sering tampil di media populer seperti *Cosmopolitan*, *Populer*, *Matra*, untuk hanya menyebut beberapa di antaranya, juga sadar atau tidak, telah rela menempatkan dirinya sebagai objek tatapan pria (*the gaze of man*). Dengan kecantikan paras dan keindahan tubuhnya sebagai modal untuk tampil di pentas media, tak heran tidak sedikit para artis dan model (seperti di Barat) yang berkata dengan sinis kepada orang yang mengkritiknya, “Jangan benci *gue* sebab *gue kece*.”

Sementara, di Tanah Air kita juga tengah menyaksikan kebangkitan kembali sensualisme dan erotisme media sebagai kiblat pendukung “jurnalisme lheur” yang tidak lagi menjadikan seks sebagai bumbu penyedap, tapi malah sudah sebagai menu utama. Media jenis ini menjadi ajang *display* wanita yang “bupati” (buka paha tinggi) dan menyediakan ruang publik bagi wanita-wanita bertampang komersial untuk menangguk hidup di pentas etalase kebudayaan pop dengan memamerkan bagian-bagian “sekwilda” (sekitar wilayah dada).

Wanita media yang bertampang komersial itu, sadar atau tidak, justru telah “merelakan” dirinya menjadi bagian dari korban kekerasan simbolik.

Karena, bukankah mereka berpose sedemikian rupa di media juga adalah untuk memenuhi kepentingan kapital media yang dikuasai oleh segelintir orang? Bahkan pose-pose yang sensual itu juga dibuat untuk memenuhi *sensual pleasure* khalayak laki-laki.

Kini, pelbagai corak kekerasan simbolik itu telah masuk dan melakukan invasi ke dalam ruang keluarga lewat iklan dan pelbagai mata acara televisi. Kekerasan simbolik itu bahkan dipertontonkan menjadi santapan pagi dan pengisi waktu senggang di kala kita tengah melepas lelah di malam hari setelah seharian kerja.

Wacana Seksualitas di Ruang Maya: dari “Cyberdemocracy” hingga “Cyberporn”

Beberapa waktu lalu telah terbit sebuah buku berjudul *Growing Up Digital: The Rise of the Net Generation* (1998), karya Don Tapscott, yang menyoroti kebangkitan sebuah generasi baru yang dikenal sebagai “Generasi Net” (*The Net Generation*) dengan kebiasaan dan karakteristik sendiri. Buku ini adalah satu dari sekian karya mutakhir yang berupaya menjelaskan pengaruh revolusi jaringan internet dengan budaya digitalnya terhadap kehidupan, terutama terhadap bagaimana kawula muda berhubungan dan memanfaatkan waktu luang mereka.

Dipaparkan di situ bahwa internet dianggap telah mengubah cara pandang manusia terhadap ruang dan waktu serta memaknai relasi dengan sesama. Dengan internet, misalnya, hampir semua hal yang sebelumnya dianggap tidak mungkin menjadi mungkin. Penjara-penjara yang membatasi komunikasi tatap muka yang menempatkan kehadiran fisik sebagai prasyarat utama, kini telah diganti oleh hubungan *via* surat elektronik atau *e-mail*.

Keakraban dengan sesuatu yang alami dan nyata (*real*) kini telah diganti dengan keamatan dengan sesuatu yang tidak nyata, virtual, dan semu. Kealamiahannya dianggap sebagai kesemuan, sementara ilusi dianggap *real*. Keakraban dengan alam, telah diganti dengan keakraban dengan *virtual video game*.

Anak-anak dan kawula muda menjadi lebih akrab dengan *game* tentang sepakbola daripada bermain bola secara langsung di alam terbuka. Orang-orang yang tidak saling sapa dalam kehidupan sehari-hari, tiba-tiba menjadi begitu bergairah dan sangat akrab saat berkomunikasi *via e-mail*.

Ketika *chatting* menjadi gaya hidup, berbondong-bondonglah orang memasang internet di rumahnya. Orang-orang kota kini selalu mencantumkan alamat *e-mail* di kartu namanya. Orang juga beramai-ramai membuat *Warnet* (warung internet), yang kini sudah mulai menggeser popularitas *Warteg* (Warung Tegal), bahkan *Wartel* (warung telekomunikasi) dan *Warkop* (warung kopi).

Perkembangan ini memang layak disambut gembira. Hanya saja, kita layak waspada sejauh mana internet ini telah dimanfaatkan untuk tujuan-tujuan yang produktif dan memberikan nilai tambah bagi peningkatan kualitas kebudayaan kita. Untuk hal ini, kita memang layak mengantisipasi perkembangannya sebagaimana baru-baru ini juga diingatkan oleh John Naisbitt dalam buku terbarunya *High Tech High Touch* (2000), jangan sampai kita terbius ke dalam “zone mabuk teknologi”.

Sebagaimana kita ketahui, internet adalah sebuah dunia baru yang terbentuk lewat jaringan global yang memungkinkan manusia saling berhubungan menembus batas ruang dan waktu. Kemunculan internet dianggap telah menghilangkan sekat-sekat yang memungkinkan partisipasinya saling berhubungan secara bebas dalam suasana egaliter dan tanpa hierarki. Internet dianggap telah menciptakan realitas baru yang dikenal sebagai *Virtual Reality* di dalam sebuah *Virtual World*.

Jadilah, kemunculan internet dianggap sebagai ruang publik yang menawarkan berkah bagi perwujudan partisipasi semua orang, sehingga internet telah menjadi ruang maya untuk membangun masyarakat yang dianggap demokratis atau sebuah *cyberdemocracy*.

Namun, kini ketika setiap wacana kebudayaan tengah bertumbuh ke arah titik ekstrem, ke jurusan yang melampaui kondisi yang normal, yang bisa

diterima akal sehat, berbagai wacana kebudayaan pun mengalami pergeseran yang mendasar. Wacana seksualitas, misalnya, telah mengalami pergeseran ke arah *hypersexuality*, karena bentuk-bentuk kegiatan seksual telah berkembang jauh melampaui sifat alamiah seksual itu sendiri. Dimensi seksualitas pun kehilangan kesakralannya, sementara kecantikan kehilangan auranya, dan tubuh menjadi sebatas benda komoditas.

Fenomena ini bisa dilihat dari perkembangan teknologi seksualitas artifisial lewat berbagai media, terutama internet. Kepuasan seksual kini dianggap bisa diburu lewat *cybersex*, yaitu lewat kegiatan seksual jarak jauh di ruang maya, melalui jaringan komputer yang dilengkapi dengan sensor dan saraf-saraf buatan (Piliang, 1998).

Selain itu, globalisasi informasi lewat internet juga telah menyebabkan lenyapnya batas-batas sosial, kategori sosial, dan identitas sosial. *Cyberspace* atau ruang maya yang tercipta dalam jaringan internet menjadi sebuah ruang yang tanpa identitas, tanpa tuan, atau bahkan tanpa nilai. Dalam ruang maya internet, batas sosial antara dunia anak-anak dan dunia orang dewasa lenyap di tangan situs-situs majalah porno, video biru, *blue film*, atau *cyberporn*.

Ini dimungkinkan terjadi karena perkembangan media informasi (televisi, video, komputer, dan internet itu sendiri) telah bersifat sangat transparan. Artinya, setiap informasi yang sebelumnya secara sosial, moral, dan religi dianggap terlarang, tabu, haram, dan sebagainya, kini semuanya dapat diperoleh begitu gampang, secara terbuka oleh siapa pun lewat berbagai media dan terutama lewat situs-situs porno yang diijakan di internet (*cyberporn*).

Internet pun bisa berubah menjadi “warung libido elektronik” di dunia maya yang memicu hasrat dan fantasi seksual dengan carut-marut informasi seks yang tanpa nilai, tanpa identitas, sebuah “estetisasi kecabulan”, sebuah “spitualisasi kepornoan” yang tercabul dari yang paling cabul, sebuah dunia profan yang anarkis. Sebuah “Madonnaisasi budaya” (*Madonna-ization of culture*) yang mempertontonkan masturbasi sambil mengenakan kalung berhias Salib di balik video

klipnya yang menjadi sarang persemaian kapitalisme libidinal (yang menggambar libido, hasrat seksual) di dalam kapitalisme hiburan.

Migrasi Simbolik Para Artis: Perburuan Popularitas dalam Kebudayaan Pop

Kekuatan media sebagai pembentuk citra sudah sejak lama menjadi perhatian peminat studi media. Media dianggap sebagai agen pembentuk citra yang penting dalam masyarakat modern. Hal ini, misalnya, jauh-jauh hari sudah diingatkan oleh Daniel Boorstin dalam bukunya *The Image* (1962) ataupun Hamid Mowlana *et al.* dalam *Triumph of The Image* (1992). Di situ ditunjukkan bahwa proses pengukuhan citra seseorang/komunitas/bangsa akan lebih mudah dikonstruksi lewat media. Bahkan, dalam pandangan kaum pascamodernis, media adalah citra itu sendiri.

Berkaitan dengan proses pencitraan ini, akhir-akhir ini kita melihat tengah berlangsung suatu proses pendaurulangan citra seseorang untuk tetap populer di mata masyarakat, untuk tetap tampil di pentas etalase kebudayaan pop. Dan, media telah ikut mengukuhkan citra diri yang didaur-ulang, atau mungkin lebih tepat sebenarnya citra yang diplesetkan itu.

Dalam lima tahun terakhir ini kita melihat banyak terjadi pergeseran mendasar dalam kehidupan dunia selebritis kita. Paling tidak fenomena itu bisa kita maknai secara simbolik di media. Ada budayawan yang menjadi artis, dan ada artis yang menjadi politisi atau intelektual. Sebaliknya ada juga intelektual dan politisi yang jadi artis, dan jangan lupa ada juga preman yang kadang-kadang jadi artis sekaligus politisi.

Akan tetapi, yang lebih menarik diamati justru ada di antara artis yang sebelumnya suka buka-bukaan dan dengan bangga memproklamasikan diri sebagai *boom sex*, tiba-tiba saja memilih pakai kerudung dan malahan ada juga yang tiba-tiba jadi sufi dan suka meditasi.

Tulisan ini sama sekali tidak bermaksud menghakimi seseorang, karena ia hanya ingin membongkar fenomena simbolik yang tampil di permukaan dalam bentuk perubahan orang

berbusana. Tulisan ini ingin menjelaskan pemakaian simbol-simbol keagamaan dari kacamata kebudayaan pop. Bahwa apa yang kita pakai — atribut, simbol, dan pernak-pernik yang membungkus diri kita — akan menempatkan diri kita dalam lokasi budaya yang berdimensi ideologis. Bahwa pemilihan model dan warna pakaian — dalam hal ini kerudung — bukan lagi sekadar ungkapan takwa, tetapi juga suatu ekspresi ideologis yang paling telanjang.

Karena itu, jelaslah pergantian kebiasaan berbusana bukanlah perkara pergeseran kesadaran keagamaan. Karena yang tengah berlangsung di situ adalah semacam proses yang disebut para pengkaji *Cultural Studies* sebagai “migrasi simbolik”. Yakni perpindahan atau pergantian simbol-simbol yang dikenakan seseorang untuk menjaga citra dirinya di mata orang lain.

Kita layak bersyukur kalau penggunaan kerudung itu sebagai cerminan pergeseran kesadaran keberagaman seseorang. Meskipun agama itu urusan hati dan batin seorang, tapi paling tidak untuk orang yang peduli mengamati pergeseran tatanan simbolik (*symbolic order*) dan perubahan budaya citra (*taste culture*) di balik keberagaman itu — dalam perspektif kebudayaan pop — jelas ia akan menyentuh sesuatu yang lebih mendasar, bahkan sesuatu yang lebih berdimensi ideologis.

Dalam perspektif inilah, kita harus melihat perubahan tatanan simbolik dan budaya citra, misalnya, dari *boom sex* ke anggun berkerudung, adalah sebuah siasat atau trik yang beroperasi di balik logika kapitalisme untuk bertahan dalam arus percepatan citra, untuk tetap eksis di balik arus tumpang-tindih citra yang terus berubah-ubah sesuai dengan semangat zaman atau *Zeitgeist*.

Rupanya manakala sudah terlalu banyak tubuh dipertontonkan, sudah terlalu jenuh-informasi-seks, sudah sedemikian mudah citra tentang sensualisme tubuh wanita ditemukan di mana-mana, dan kalau sudah begitu meruyak erotisme dipergelarkan, sementara selera khalayak sudah bergeser, bagaimana mungkin seorang artis akan “laku” di pasar persaingan popularitas yang sedemikian ketat kalau mereka hanya

mengandalkan budaya pemujaan tubuh.

Karena itu, berkerudung bisa menjadi salah satu siasat simbolik yang bisa dipakai untuk menarik mayoritas segmen penggemar umat Islam. Bukankah dengan pakai kerudung, setelah sebelumnya suka buka-bukaan, jelas terjadi pembalikan logika yang sulit diterima, tapi secara simbolik ini terjadi.

Karenanya, tak heran kalau ada artis yang pada suatu acara pakai kerudung, pada acara yang lain tampil sensual. Tak usah heran pula kalau nilai-nilai pun diobok-obok di tengah kebanalan budaya pop. Pada hari ini pakai kerudung, besok pakai bikini, lusa diberitakan selingkuh, setelah sebelumnya mengiklankan obat kuat. Tak usah usil dan cerewet, *gue* cantik, *kok*; “Jangan benci *gue*, sebab *gue kece kok!*” Apa pun harus dilakukan supaya tetap populer dalam pemberitaan media, termasuk mengubah penampilan, mengubah selera berpakaian sesuai dengan selera pasar penggemar.

Barangkali benar, “mistik kewanitaan” sebagaimana yang dimaksudkan Betty Friedan dalam karyanya, *Feminine Mystique* (1963), saat ini telah mengalami pergeseran yang radikal. Terutama ketika “mistik” itu telah kehilangan auranya, karena urusan kecantikan dan pemeliharaan tubuh telah menjadi industri. Kecantikan adalah bagian dari konstruksi pasar, sehingga industri kecantikan dan perawatan tubuh adalah sebuah “*big business*”.

Jangan heran pula, kalau wacana kecantikan seperti inilah yang akan mewarnai abad baru sensualisme media. Apalagi kini para protagonis dalam kebudayaan pop telah mulai — dan tampaknya berhasil — memadukan dua dunia yang semua sangat diametral (bertentangan), yang sakral dengan yang profan, dengan media sebagai agennya. Yakni, di media mereka tidak hanya mempertontonkan mistifikasi tubuh secara telanjang dan vulgar, tapi juga mereka memadukan kekuatan, kesakralan, dan spiritualitas tubuh itu dengan keprofanan dan kebanalan budaya pop.

Maka, tampillah sensual, sekaligus saleh. Tampillah erotik, sekaligus spiritualis. Biar suka diskotek, asal suka sembahyang serta dermawan lagi. Semua campur-sari itu sesungguhnya adalah

sebuah siasat untuk tetap punya penggemar dalam perburuan popularitas dan kapital dalam mesin giling kapitalisme hiburan global. Barangkali inilah sesungguhnya tantangan spiritualitas yang paling halus, *subtile*, yang tengah mengancam keberagaman kita di dalam masyarakat yang kian permisif, serba-boleh, dan mulai merelatifkan nilai-nilai ini. *Wallahu'alam bi al-shawwab.* ❷

Daftar Pustaka

- Downing, John, Ali Mohammadi, dan Annabelle Sreberny-Mohammadi (eds.). 1990. *Questioning the Media: A Critical Introduction*. London: Sage Publications, Inc.
- Foucault, Michel. 1976. *The History of Sexuality, Vol. I: An Introduction*. London: Penguin Books.
- Friedan, Betty. 1984. *Feminine Mystique* (Norton, 1984; Dell, 1984, 20th Anniversary Edition)
- Goffman, Erving. 1976. *Gender Advertisement*. London: The MacMillan Press.
- Gunew, Sneja dan Anna Yeatman (eds.). 1993. *Feminism and the Politics of Difference*. Boulder & San Fransisco: Westview Press.
- Heryanto, Ariel. 2000. "Perempuan = Dibela atau Dihapuskan", dalam Ariel Heryanto, *Perlawanan dalam Kepatuhan: Esai-Esai Budaya*. Bandung: Mizan.
- Hooker, Virginia Matheson (eds.). 1993. *Culture and Society in New Order Indonesia*. Singapore: Oxford University Press.
- Hutchison, Michael. 1990. *The Anatomy of Sex and Power*. New York: William Morrow and Company.
- Ibrahim, Idi Subandy (ed.). 1996. *Ecstasy Gaya Hidup: Kebudayaan Pop dalam Masyarakat Komoditas Indonesia*. Bandung: Mizan.
- Ibrahim, Idi Subandy dan Dedy Djamaluddin Malik. 1996. *Hegemoni Budaya*. Yogyakarta: Bentang.
- Ibrahim, Idi Subandy dan Hanif Suranto (eds.). 1998. *Wanita dan Media: Konstruksi Ideologi Gender dalam Ruang Publik Orde Baru*. Bandung: Rosdakarya.
- Jolly, Margaret. 1993. "Colonizing the Women: The Maternal Body and Empire", dalam Sneja Gunew dan Anna Yeatman (eds.), *Feminism and the Politics of Difference*. Boulder & San Fransisco: Westview Press.
- Mowlana, Hamid, (ed.). 1992. *Triumph of the Image*. Boulder & San Fransisco: Westview Press.
- Mulyana Deddy dan Idi Subandy Ibrahim (eds.). 1998. *Bercinta dengan Televisi: Ilusi, Impresi, dan Imaji Sebuah Kotak Ajaib*. (Bandung: Rosdakarya.
- Mulvey, Laura. 1981. "Visual Pleasure and the Narrative Cinema" (1974), dalam Tony Bennett, *et al.* (eds.), *Popular Television and Film*. London: Open University Press.
- Naisbitt, John, Nana Naisbitt, dan Douglas Philips. 1999. *High Tech.High Touch: Technology and Our Search for Meaning*. New York: High Tech.High Touch, Inc.
- Pearson, Judy Cornelia. 1985. *Gender and Communication*. Iowa: Wm.C. Brown Publishers.
- Rakow, Lana F. 1990. "Feminist Perspective on Popular Culture," dalam John Downing, Ali Mohammadi, dan Annabelle Sreberny-Mohammadi (eds.), *Questioning the Media: A Critical Introduction*. London: Sage Publications, Inc.
- Sears, Laurie J. (ed.). 1993. *Fantasizing The Feminine in Indonesia*. Durham & London: Duke University Press.
- Schwichtenberg, Cathy (ed.). 1993. *Madonna Connection: Representational Politics, Subcultural Identities, and Cultural Theory*. Boulder & San Fransisco: Wesview Press.
- Tapscott, Don. 1998. *Growing Up Digital: The Rise of the Net Generation*. New York: McGraw-Hill.
- Tarabishi, Georges. 1988. *Women Against Her Sex: A Critique Nawal El-Saadawi* (With A Reply by Nawal El-Saadawi). London: Saqi Books.
- Van Zoonen, Liesbet. 1994. *Feminist Media Studies*. London: Thousand Oaks, New Delhi.